

Cushman & Wakefield Echinox: Românii au cheltuit anul trecut aproximativ 40 miliarde de euro în marile rețele de retail, cu 7,1% mai mult decât în 2023

Românii au cheltuit anul trecut aproximativ 40 de miliarde de euro în marile rețele de retail, suma cu 7,1% mai mare comparativ cu 2023. Ritmul de creștere a încetinit în 2024 comparativ cu 2023 (11,1% față de 2022), dar s-a menținut peste rata medie a inflației, potrivit studiului Romania Retail Snapshot 2025, realizat de compania de consultanță imobiliară Cushman & Wakefield Echinox, pe baza rezultatelor financiare a 123 companii din 13 domenii diferite.

În continuare cea mai mare parte a cheltuielilor sunt realizare în supermarketuri și hipermarketuri – 24 miliarde de euro, reprezentând 60,3% din total, segment care însa a înregistrat o creștere a vânzării de doar 5,2%, sub rata medie a inflației care anul trecut s-a situat la 5,6%.

A doua cea mai mare pondere a cheltuielilor realizate de români în 2024 a fost în magazinele de bricolaj (4,3 miliarde de euro, respectiv 10,9%), acestea fiind urmate de electro-IT (3,6 miliarde de euro, respectiv 9,1%) și moda (2,5 miliarde de euro, 6,2%). Cele mai mici ponderi în coșul de cumpărături sunt deținute de cheltuielile pentru activități de divertisment – cinema, locuri de joacă pentru copii, centre multifuncționale (Therme București), segment nou inclus în studiul realizat anual.

Bijuteriile (237 milioane euro, 0,6% din vânzările totale), magazinele de încălțăminte (410 milioane de euro, 1%) și cele de cosmetice (569 milioane de euro, 1,4%) au înregistrat de asemenea printre cele mai mici ponderi în sumele cheltuite de români în 2024.

Toate cele 13 segmente analizate au consemnat vânzări peste cele din 2024, cele mai mari creșteri fiind raportate pe segmentul cosmeticelor (24%), al magazinelor specializate - petshopuri, puncte de vânzare ziare, tutun, etc (20,6%), casa și decorațiuni (16%), încălțăminte (15,5%), restaurante, baruri și cafenele (14,9%) și articole pentru copii (13,5%).

Cele mai reduse rate de creștere ale rulajului în 2024 față de 2023 și sub nivelul inflației au fost raportate de segmentele de divertisment (+2,1%), magazinele de articole sportive (+3,6%), rețelele de bricolaj (+5%) și rețelele de supermarketuri și hipermarketuri (+5,2%).

De remarcat însă, ca 9 din cele 13 domenii analizate au raportat creșteri de vânzări superioare ratei inflației înregistrate în 2024.

Cele 13 domenii analizate sunt FMCG (marile rețele de hipermarketuri/ supermarketuri), Fashion, DIY, Articole Sportive, Încălțăminte, Articole pentru Copii, Bijuterii, Home & Deco, Restaurante, Baruri și Cafenele, Cosmetica, Electro-IT, Entertainment, Magazine Specializate. Împreună, cei 123 de retaileri operează peste 7.000 de magazine, majoritatea dintre acestea funcționând în proiecte de retail de tip mall, parcuri de retail sau galerii comerciale.

Vlad Saftoiu, Head of Research, Cushman & Wakefield Echinox: "Rezultatele studiului arată o schimbare în comportamentul de cumpărături a românilor în ultimul an. Deși ponderea cheltuielilor pentru mâncare și cele necesare traiului zilnic se menține ridicată, ritmul de creștere a încetinit, în favoarea produselor non-alimentare. Acesta este un semnal pozitiv pentru piața de retail, mai ales în contextul în care cele mai multe segmente încadrate în categoria non-alimente au raportat creșteri de două cifre, fapt ce favorizează semnificativ retailerii care vor să se extindă în România. Totodată, țara noastră se află printre statele membre UE ce au raportat o creștere importantă la nivelul comerțului cu amanuntul în prima parte a anului curent, produsele nealimentare

având un avans de 5,8%. Pe fondul acestor indicatori, dezvoltatorii continua sa își mareasca portofoliile de retail, circa 700.000 metri patrați de astfel de spații fiind în diferite stadii de dezvoltare, cu livrari preconizate în perioada 2025 - 2030.”

Rata medie anuala de creștere a vânzarilor din perioada 2019 – 2024 a operatorilor analizați în raport s-a situat peste rata medie anuala a inflației din acea perioada (10,9% vs 7,4%) pentru toate cele 13 categorii, cele mai mari rate de creștere fiind înregistrate de segmentul cosmeticelor (19,3%), al magazinelor specializate (19,1%) și restaurante, baruri, cafenele (16,4%).

Majorarea veniturilor obținute de marii retaileri a fost susținuta atât de deschideri de noi magazine, dar și creșterea vânzarilor în magazinele fizice și totodata de extinderea în online a unora dintre operatori.

Extinderile retailerilor în cauza au fost favorizate și de investițiile dezvoltatorilor în centre comerciale și în parcuri de retail, dezvoltatori ce în perioada 2024 – S1 2025 au finalizat proiecte cumulând aproximativ 340.000 metri patrați de noi spații de retail, reprezentând atât scheme noi, cât și extinderi ale unora deja existente.